

RELATÓRIO

# BLACKWASHING

AS CORPORAÇÕES ESTÃO ENGAJADAS NA PAUTA RACIAL?



2022

## CONTEXTO

As indústrias de alimentos ultraprocessados, bebidas alcoólicas e tabaco fabricam e disseminam produtos relacionados ao desenvolvimento de doenças crônicas não transmissíveis (DCNTs), que acometem principalmente a população negra <sup>1</sup>. O negro brasileiro vive sob constante tensão devido aos episódios do racismo cotidiano: violência do Estado, desemprego, miséria e situações de injúria racial. Todos esses fatores atuam como potencial estressor, e podem desencadear comportamentos prejudiciais à saúde, como é o caso do consumo abusivo de álcool e do tabagismo, além de dificultar a adoção de hábitos saudáveis, como uma alimentação adequada e a prática de atividade física<sup>2</sup>.

O capitalismo explora corpos - negros - para fazer a engrenagem girar: é a geração de lucro para sustentar uma minoria que detém os poderes político e econômico às custas dos direitos básicos da maior parcela da população - negra. A relação entre raça e classe no Brasil, é, portanto, dialética<sup>A</sup>. A perspectiva neoliberal trata problemas, como o racismo e a saúde, de maneira individual, colocando a própria vítima como responsável por solucioná-los, enquanto os agentes que possuem maiores poderes econômicos e

---

A Outras Palavras. “Angela Davis: o racismo na era do neoliberalismo” Disponível em: <https://outraspalavras.net/blog/angela-davis-o-racismo-na-era-do-neoliberalismo/>

políticos, avançam com seus interesses<sup>3,4</sup>. Assim, as grandes corporações circulam livremente pelo cenário global, influenciando não só as escolhas individuais, mas também minando medidas regulatórias que convergem com os interesses e o bem-estar coletivos<sup>4</sup>.

No caso da saúde, as indústrias transnacionais de ultraprocessados, tabaco e álcool se beneficiam de uma série de brechas regulatórias e avançam com seus objetivos através das ações políticas corporativas (APC), que são tentativas de moldar a política governamental de maneira favorável aos interesses corporativos<sup>5</sup>. Ao mesmo tempo, as corporações se aproveitam da publicidade para criar vínculo com os indivíduos e estimular o consumo de seus produtos, mesmo que estes façam mal à saúde e ao meio ambiente<sup>6</sup>.

Dentre as práticas corporativas, estão as ações de *Social Washing*, cujo objetivo é moldar uma imagem pública positiva de marcas comerciais e indústrias. Com o tensionamento das manifestações do movimento internacional *#BlackLivesMatter* e a ampliação do debate sobre a pauta racial nos mais diversos espaços sociais, grandes corporações passaram a investir no que chamamos aqui de estratégias de blackwashing, expressas em peças publicitárias figuradas por influenciadores negros e/ou por simbologias ligadas à cultura afro-brasileira, além de ações que se anunciam de promoção da equidade racial nos ambientes corporativos, mas que não atuam na raiz do problema.

Questiona-se se tais corporações conseguiriam fazer diferente, tendo em vista serem sustentadas por um sistema que as privilegia em detrimento da saúde e exploração dos marginalizados. A questão é complexa. Surge então a ideia do presente estudo, que teve como objetivo investigar e analisar as ações de *blackwashing* das indústrias de ultra-processados, álcool e tabaco no Brasil.



Imagem 1: Movimento pela Equidade Racial - MOVÉR

## **METODOLOGIA**

Analizamos ações realizadas entre os anos de 2019 e 2021, enunciadas pelas próprias empresas líderes de cada setor. O período escolhido nos permitiu comparar o comportamento das indústrias antes e depois do movimento global em reação ao assassinato de George Floyd, um homem negro, estadunidense, morto pela polícia, e de João Alberto Freitas, assassinado em uma unidade dos supermercados

Carrefour, no Brasil. Consideramos aquelas que se comprometem com o Movimento pela Equidade Racial (MOVER), um movimento empresarial que pretende aumentar a participação de pessoas negras nos quadros de liderança até 2030, composto por corporações de diferentes setores, incluindo fabricantes de ultraprocessados, bebidas alcoólicas e tabaco.



Imagem 1: Empresas analisadas: Big Food, Big Álcool e Big Tobacco

## BIG FOOD

Os alimentos e bebidas ultraprocessados são ricos em açúcares, gordura, sódio e aditivos cosméticos, e seu consumo está relacionado a 57 mil mortes precoces por ano no Brasil, além do aumento dos riscos para obesidade e DCNTs, como diabetes tipo 2, doenças cardiovasculares e câncer<sup>7,8</sup>. Pesquisas e inquéritos nacionais mostram maior prevalência de DCNTs entre pessoas negras quando comparadas às brancas, o que prejudica o cotidiano, afeta o bem-estar e desempenho profissional, além de reduzir drasticamente a expectativa de vida<sup>9,10,11</sup>.

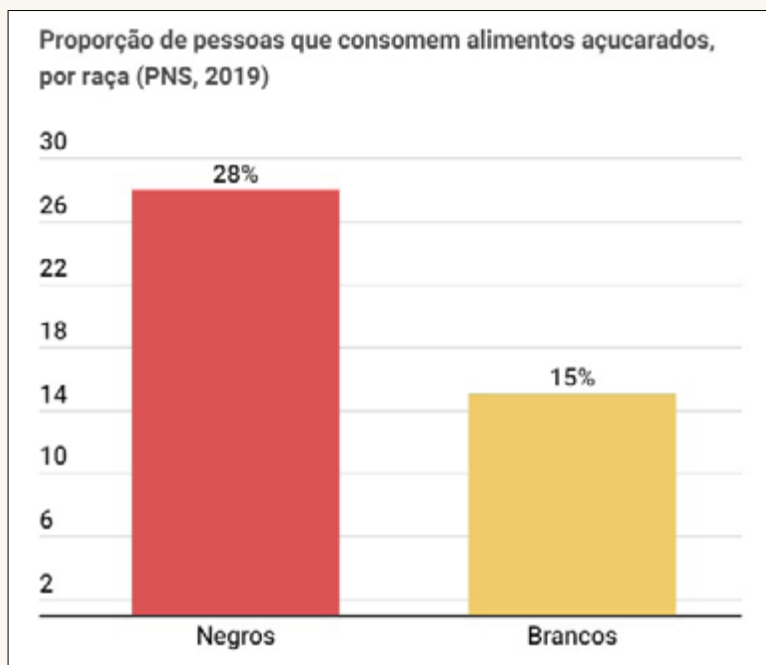


Gráfico 1: Consumo cinco ou mais alimentos ultraprocessados no dia anterior à entrevista de acordo com raça. Pesquisa Nacional de Saúde, 2019.

Pessoas negras também possuem acesso restrito aos serviços de cuidado em saúde, praticam menos atividade física no lazer e consomem menos frutas e hortaliças, devido ao acesso reduzido aos bens produzidos socialmente<sup>12,13</sup>.

A produção e comercialização dos ultraprocessados também têm impactos no meio ambiente e interferem nas culturas alimentares, bem exemplificado no avanço das monoculturas sobre territórios quilombolas<sup>14</sup>. Portanto, a atividade das grandes indústrias de alimentos e do agro-negócio, que chamamos de **'Big Food'** e **'Big Agro'**, impactam a saúde da população negra em múltiplas esferas, causando adoecimento, mortes precoces, incapacidade produtiva e esvaziamento da cultura.

No caso dos alimentos ultraprocessados, discutimos ações desenvolvidas pela **Coca-Cola, Nestlé, JBS, Ambev e Grupo Carrefour**, que variaram entre campanhas publicitárias e programas de promoção da equidade racial. A maior parte das ações propostas ainda são incipientes e não dão conta de enfrentar a raiz do problema.





Imagens 4 e 5: Manifestações populares feitas nas unidades de supermercado do Carrefour, após o assassinato de João Alberto.

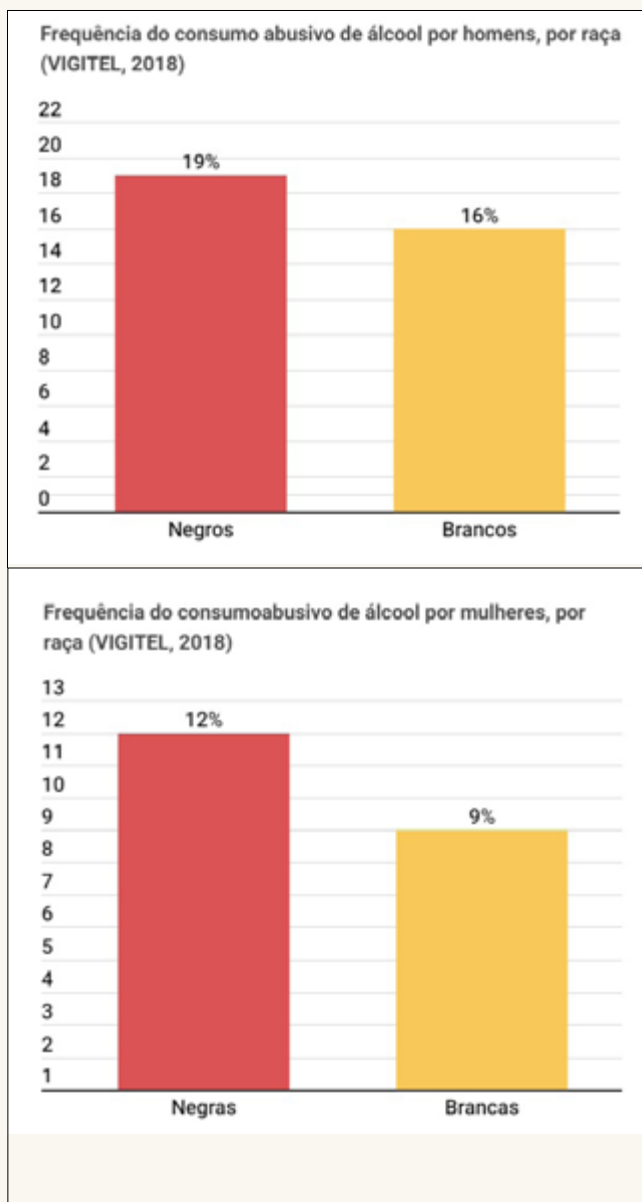
Após o assassinato de João Alberto Freitas, um homem negro, em uma de suas lojas, o **Carrefour** investiu fortemente na divulgação de ações de enfrentamento ao racismo. Empresas como a **Ambev** e **Coca-cola** também pautaram o tema em seus relatórios, porém de maneira superficial e com metas pouco detalhadas. Envolvida em diversos casos de acusação de serviço análogo a escravidão, a **JBS** apresentou pouca mudança em suas políticas internas. Seu discurso foi pouco alterado e o lobby político, assim como as acusações de racismo, continuam ocorrendo. A Nestlé sequer citou o tema da equidade racial em seus relatórios, e apenas no de 2020 apresentou ações de políticas internas para população negra.



Pessoas negras, majoritariamente acometidas por DCNT, são as que mais possuem dificuldade de acesso a serviços de saúde, sendo marginalizadas e exterminadas, enquanto sofrem as piores consequências do sistema capitalista em vigor. Portanto, é importante analisar criticamente falsas soluções que possam contribuir para a manutenção do atual *status quo*.

## BIG ÁLCOOL

O consumo de álcool é muito incentivado pelas fabricantes, no Brasil e no mundo, por meio de ações publicitárias e estratégias de marketing. Graças a essas táticas, estas indústrias vêm alcançando números extraordinários de crescimento anual (15). Em 2017, a maior produtora de álcool do mundo, **ABInBev**, teve seus gastos globais em publicidade estimados em US\$ 6,2 bilhões, valor equivalente ao gasto com políticas públicas de saúde por todos os governos dos países de baixa renda somados. Esses números mostram a dimensão do poder político e econômico concentrado pelas maiores corporações do setor, que chamamos de '**Big Álcool**'.<sup>16</sup>



Gráficos 2 e 3: Comparação da Frequência (%) de Consumo Abusivo de Álcool por homens e mulheres, por raça. Vigitel 2018.

O consumo abusivo de álcool é o principal fator de risco para a mortalidade prematura e a incapacidade dos indivíduos com idades entre 15 e 49 anos, além de ser fator de risco para DCNTs<sup>17</sup>. No Brasil, o consumo de álcool contribui para 3 milhões de mortes a cada ano, e 19,2% da população negra consome álcool de forma abusiva em comparação à 16,6% da população branca<sup>17</sup>. O racismo cotidiano é identificado como um potencial estressor, que contribui para o surgimento de diversos problemas de saúde física e mental, bem como para comportamentos de risco associados ao consumo abusivo de álcool<sup>18</sup>. Vale ressaltar que o consumo abusivo de álcool está associado a outras causas evitáveis de morte, como acidentes de trânsito por ingestão de bebida alcoólica e casos de violência doméstica<sup>17</sup>.

No caso das fabricantes de bebidas alcoólicas, foi possível identificar que, dentro de uma mesma corporação, as marcas podem utilizar estratégias variadas para captar diferentes nichos de público. A Devassa, pertencente à **Heineken**, chamou atenção pelo seu processo de *rebranding*, que busca mudar sua percepção pública de uma marca denunciada como racista e sexista à cerveja que **“enaltece o legado da ancestralidade negra para a construção da cultura do Brasil, valorizando a criatividade transformadora dos brasileiros e promovendo o protagonismo negro”**.



Imagem 2: Propaganda da Devassa tirada de circulação por conteúdo discriminatório.



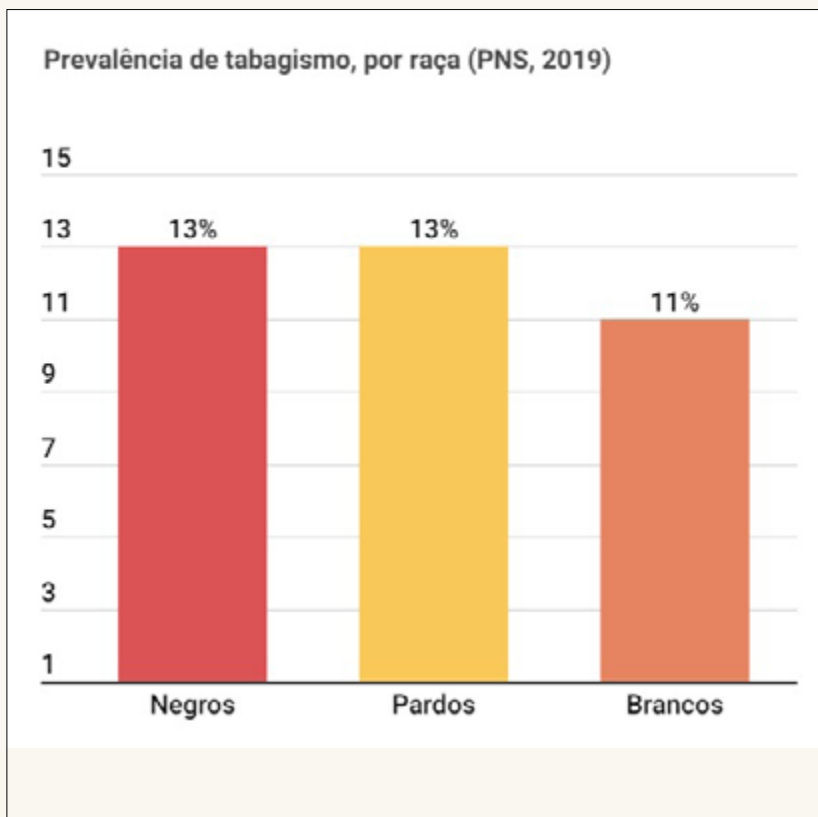


Imagens 3 e 4: Devassa anuncia novas garotas-propagandas e divulga 'Encontros Tropicais', para celebrar a cultura negra.

Em todas as marcas analisadas, foi possível observar uma grande utilização de símbolos da cultura afro-brasileira, além de parcerias com influenciadores negros e patrocínios de eventos direcionados à população negra.

## **BIG TABACO**

O tabagismo é responsável por cerca de 200 mil mortes por ano no Brasil e é a segunda maior causa de morte evitável no mundo, segundo a OMS<sup>19</sup>. No Brasil, a prevalência do tabagismo é maior entre pretos e pardos, sendo de 13,7% entre os pretos, 13,5% em pardos e 11,8% em brancos. Além disso, o tabagismo tem impacto direto sobre a saúde da população negra, como é visto na maior mortalidade por doenças cerebrovasculares em pretos, por exemplo. Baixa escolaridade e menor renda são fatores de risco para o tabagismo no Brasil, o que expõe mais uma vez a interseccionalidade entre raça e renda, já que os negros constituem a maior parcela da população com menor renda e nível educacional no país<sup>20</sup>.



Gráficos 4: Prevalência do tabagismo entre pretos, pardos e brancos. PNS, 2019

Diferente dos ultraprocessados e do álcool, a propaganda de cigarro é proibida no Brasil, bem como o patrocínio de eventos esportivos. A lei 12.546/2011 tornou obrigatória a veiculação de frases de advertência sobre o consumo de cigarros e foi implementado um regime especial de taxaço dos produtos, sendo essas políticas regulatórias importantes na proteção da saúde pública e na responsabilização das fabricantes que compõem o **'Big Tabaco'**

pelos danos causados por seus produtos<sup>21</sup>. Estes avanços fizeram com que o Brasil se tornasse referência mundial no controle do tabagismo.

Entretanto, com a regulamentação da publicidade, a indústria do cigarro encontrou outras formas de atuar no mercado. Nos últimos anos, com a reformulação dos produtos do tabaco, como os cigarros eletrônicos e outros dispositivos eletrônicos para fumar, observa-se crescimento no comércio e publicidade informal no país, por meio de ações com influenciadores em mídias digitais e estandes de venda em eventos musicais, por exemplo.

Nenhuma das três corporações investigadas se comprometeu com o projeto MOVER, e os documentos analisados trazem poucas medidas relacionadas à responsabilidade social. As fabricantes de produtos do tabaco focaram suas ações na pauta da sustentabilidade ambiental e as poucas menções à diversidade e inclusão se restringiram à equidade de gênero e aos direitos de pessoas LGBTQIA+. Apesar da criação de um programa de igualdade étnica e racial em 2021, a indústria Philip Morris do Brasil não apresenta nenhuma medida de justiça racial. Diferentemente dos outros produtos desta série, os achados da indústria do tabaco são mínimos, o que pode ser decorrente de duas hipóteses: 1) o não envolvimento das indústrias do tabaco em pautas raciais ou, 2) a regulamentação rígida em relação à publicidade do tabaco, que desestimula esforços da indústria em ações de *blackwashing* ou que impacta em ações mais veladas, de difícil rastreabilidade.



## ANÁLISES E REFLEXÕES

O engajamento público na discussão sobre o enfrentamento ao racismo é válido. No entanto, é preciso questionar criticamente a efetividade das soluções apresentadas pelas indústrias para ampliar o debate racial. Até que ponto podemos estar presenciando uma tentativa de *'brandwashing'*, que não passa de publicidade direcionada à população negra, mas com uma nova roupagem?

Por trás dos laços que as corporações buscam criar com decisores políticos e com o grande público, por meio de campanhas publicitárias ou ações conectadas com a luta antirracista, há objetivos políticos e comerciais. Como extensamente documentado, as indústrias de produtos nocivos à saúde e ao meio ambiente atuam de modo estratégico para enfraquecer políticas regulatórias e conseguir benefícios fiscais, de modo que seus produtos sejam mais baratos, acessíveis e consumidos pela população. A tática é antiga, o que muda é a roupagem. Precisamos estar atentos à cooptação mercadológica e o esvaziamento de pautas tão caras à sociedade, para então avançar com medidas efetivas de compreensão e enfrentamento de um problema tão complexo quanto o racismo. Vigiar e agir, pra que amanhã não seja só um ontem com um novo nome<sup>B</sup>.

---

B Emicida, Pablo Vittar e Majur. AmarElo. “Pra que amanhã não seja só um ontem...” Em: AmarElo. Laboratório Fantasma, 2019.

## REFERÊNCIAS

1. Ministério da Saúde. Guia Alimentar para a População Brasileira – 2ª edição. Brasília: Ministério da Saúde, 2014. Disponível em: [https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia\\_alimentar\\_populacao\\_brasileira\\_2ed.pdf](https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf).
2. NILSON, E. A. F. et al. Premature Deaths Attributable to the Consumption of Ultraprocessed Foods in Brazil. *American Journal of Preventive Medicine*, v. 64, n. 1, p. 129–136, jan. 2023.
3. Ministério da Saúde. VIGITEL Brasil 2018: Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico – População Negra. Brasília: Ministério da Saúde, 2019. Disponível em: [https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel\\_brasil\\_2018\\_populacao\\_negra.pdf](https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel_brasil_2018_populacao_negra.pdf).
4. Ministério da Saúde. VIGITEL Brasil 2021: Estimativas sobre Frequência e Distribuição Sociodemográfica de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas. Brasília: Ministério da Saúde, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/svsa/vigitel/vigitel-brasil-2021-estimativas-sobre-frequencia-e-distribuicao-socio-demografica-de-fatores-de-risco-e-protecao-para-doencas-cronicas>.
5. Ministério da Saúde. Política Nacional de Saúde Integral da População Negra. 3ª ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: [https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica\\_nacional\\_saude\\_populacao\\_negra\\_3d.pdf](https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_saude_populacao_negra_3d.pdf).
6. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Informativo: Pesquisa Nacional de Saúde 2019. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707_informativo.pdf).
7. Raça e obesidade na população feminina negra: uma revisão de escopo. Oraka e et al. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sausoc/a/rSWR5gR-GwVNPpHphdqZ7sLSJ/?format=pdf&lang=pt>
8. IPES–Food. (2017). Unravelling the Food–Health Nexus: Addressing practices, political economy, and power relations to build healthier food systems. The Global Alliance for the Future of Food and IPES–Food.
9. Movendi. “Big Alcohol Exposed: Exposing a track record of undermining science and hindering evidence–based policy measures, putting profits

over Human Rights". Disponível em: <<https://movendi.ngo/the-issues/the-problem/exposing-big-alcohol/>>

10. Vital Strategies. The Sobering Truth: Incentivizing Alcohol Death and Disability, An NCD Policy Report. New York, NY; 2021. Disponível em: <<https://www.vitalstrategies.org/wp-content/uploads/The-Sobering-Truth-Incentivizing-Alcohol-Death-and-Disability.pdf>>
11. CISA. "Álcool e a Saúde dos Brasileiros - Panorama 2022" Disponível em: <<https://cisa.org.br/biblioteca/downloads/artigo/item/356->>
12. CISA. "Alcohol and Racial Discrimination". Disponível em: <<https://en.cisa.org.br/your-health/information/artigo/item/346-alcohol-and-racial-discrimination>>
13. Coração e Vida. Tabagismo mata mais de 200 mil pessoas por ano no Brasil. 2016. Publicação Online. Disponível em: <https://coracaoevida.com.br/tabagismo-mata-mais-de-200-mil-pessoas-por-ano-no-brasil/#:~:text=No%20Brasil%2C%20o%20tabagismo%20é,no%20Pais%20e%20no%20mundo> .
14. Silva ALO da, Mota C de L, Pereira RA, Nogueira SM, Moreira JC. As Cores do Tabagismo: Relação entre Raça e Consumo de Tabaco no Brasil. Rev. Bras. Cancerol. v.68, n.1, 2022. DOI: <https://doi.org/10.32635/2176-9745.RBC.2022v68n1.1552>
15. Brasil. Presidência da República. Lei nº 12.546, de 14 de dezembro de 2011. Institui o Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra); dispõe sobre a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) à indústria automotiva; altera a incidência das contribuições previdenciárias devidas pelas empresas que menciona. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/112546.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112546.htm)
16. ULUCANLAR, S. et al. Corporate Political Activity: Taxonomies and Model of Corporate Influence on Public Policy. **International Journal of Health Policy and Management**, p. 1, 24 abr. 2023.

